



Johan Bjarne Salo

EN WEBBSIDAS DESIGNPROCESS OCH ANVÄNDBARHET

Informationsbehandling

2010

FÖRORD

Detta lärdomsprov har skrivits under hösten 2010 i syfte att erhålla tradenomexamen inom utbildningsprogrammet för informationsbehandling vid Vasa yrkeshögskola. Erik Wahlman har fungerat som handledare.

Vasa 7 november 2010

Johan Salo

VASA YRKESHÖGSKOLA

Utbildningsprogrammet för informationsbehandling

ABSTRAKT

Författare	Johan Salo
Lärdomsprovets titel	En webbsidas designprocess och användbarhet
År	2010
Språk	svenska
Sidantal	42 + 3 bilagor
Handledare	Erik Wahlman

Syftet med detta arbete var att skapa en ny webbdesign åt en kampsportsförening i Karleby, MMA Kokkola, och ge idéer och riktlinjer för nya och erfarna webbdesigners projekt. Webbsidors utseende och funktionalitet har allt större betydelse i dagens läge.

Detta arbete innehåller en designprocess för en webbsida, hur man strävar efter god användbarhet samt en genomgång av skapandet av MMA Kokkolas webbdesign. Litteratur om webbsidor, webbdesign, grafisk design och internet har varit de primära informationskällorna för arbetet.

Resultatet av detta arbete var en guide för webbdesigners och en ny användbar webbdesign skapades som skall göra det lättare att identifiera föreningen MMA Kokkola. Webbdesignen är redo att bearbetas och tas i bruk.

VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Utbildningsprogrammet för informationsbehandling

ABSTRACT

Author	Johan Salo
Title	A websites design process and usability
Year	2010
Language	Swedish
Pages	42 + 3 appendices
Name of Supervisor	Erik Wahlman

The aim of this thesis was to create a new web design for a mixed martial arts club in Kokkola, MMA Kokkola, and provide guidelines and ideas for the web designer's own projects. The appearance of a website and its functionality has become increasingly important.

The thesis work contains a design process for a website, an examination of how good usability can be reached and a review of the creation of MMA Kokkola's web design. Literature on web pages, web design, graphic design and the internet have been the primary data sources for the work.

The outcome of this thesis was a guide for new web designers. A new and usable web design was created for MMA Kokkola that is ready to be processed and after which it will be ready for use.

Keywords	Web design, Usability, Guidelines, Guide
----------	--

INNEHÅLL

FÖRORD	2
ABSTRAKT.....	3
ABSTRACT.....	4
1 INLEDNING.....	7
1.1 Inledande information	7
1.2 Orsaken till att MMA Kokkolas webbdesign skapades	7
2 FÄRGLÄRA	9
2.1 Ögat och färger.....	9
2.2 RGB	9
2.3 CMYK.....	10
2.4 Färgerna på bildskärmen	11
3 DIGITALA BILDER	12
3.1 Pixlar	12
3.2 GIF	13
3.3 JPEG.....	14
4 INNAN MAN BÖRJAR DESIGNA.....	15
4.1 Målgruppen för webbsidan	15
4.2 Val av program.....	16
4.3 Skissa	16
5 WEBBSIDANS ANVÄNDBARHET	18
5.1 Användbar navigation	18
5.2 Kvalitet av innehåll och texter	20
5.3 Top tio användbarhetsproblem.....	21
5.4 Undvik följande fem saker på din webbsida	23

6 EN WEBBSIDAS LAYOUT	25
6.1 Hur en besökare ser på en webbsida	25
6.2 Olika element och innehåll i en layout.....	28
6.3 Olika typer av layouts	30
6.4 Navigeringsfältet	31
6.5 Användning av grafik.....	32
7 SKAPANDET AV MMA KOKKOLAS WEBBDESIGN	34
7.1 Varför en ny webbdesign?	34
7.2 Var skall man börja?	35
7.3 Idéer för webbdesignen	36
7.4 Skapandet av webbsidans delar i Photoshop.....	37
7.5 Presentation av webbsidans innehåll.....	38
8 SLUTLEDNING	39
KÄLLOR	40
BILAGOR	42

1 INLEDNING

1.1 Inledande information

I dagens läge hör datorer, internet och besök på olika webbsidor till vardagen för största delen av befolkningen. Med detta följer allt högre krav på webbsidornas funktionalitet och utseende. Idén för detta lärdomsprov fick jag via MMA Kokkola, en kampsportsförening i Karleby som hade ett stort behov av att få föreningens webbsida uppdaterad och fram till allmänheten.

Syftet med detta lärdomsprov är att ge ideer för nya webbdesigners i rätt riktning. Det finns flera fallgropar och faktorer man inte är medveten om. Genom att läsa böcker om webbdesign, layouter, grafik på webben och genom att studera professionella webbdesigners artiklar och råd har de bästa bitarna valts ut. Lärdomsprovet kommer att behandla en designprocess för en webbsida, användbarhet, grunderna för färgläran, hur digitala bilder skall användas på en webbsida, samt en genomgång av skapandet av webbsidan för MMA Kokkola för att ge en blick av designprocessen i sin helhet. Det finns flera riktlinjer för att nå den bästa användbarheten på en webbsida och de bästa behandlas i detta arbete. Tyngdpunkten ligger i användbarheten och själva layouten för en webbsida. En webbsida med god användbarhet gör att en besökare snabbt, effektivt och lätt kan komma in på webbsidan utan att lägga extra tid på att fundera hur den fungerar och hur man kommer åt rätta rubriker och sidor.

Som ett första projekt åt MMA Kokkola skapades ett informationsblad för Kokkola Fight II, ett evenemang med amatör- och professionella matcher. Informationsbladets design blev mycket väl mottaget av projektbeställarna samt av publiken och denna design inarbetades även på webbsidan. Det andra projektet som gjordes i samarbete med föreningen var skapandet av en ny logo.

1.2 Orsaken till att MMA Kokkolas webbdesign skapades

En fint designad webbsida med bra användbarhet blir ihågkommen av besökare. Den nuvarande webbsidan som MMA Kokkola har på nätet är ganska enkel och

tråkig. Med denna webbdesign vill jag ge en ”boost” åt MMA Kokkolas image och nå allmänheten bättre. Genom att göra reklam om den nya webbsidan kan man locka nya besökare och även nya elever till grundkursen. Den nya webbdesignen skall tas i bruk i en nära framtid då detta lärdomsprov är färdigt.

2 FÄRGLÄRA

Det är viktigt att ha en uppfattning om färgers betydelse och inverkan inom grafisk design. Det är ett krävande område att få färger att fungera med varandra och kunna skapa en enhetlig webbsida. En besökare på webbsidan måste klart och tydligt se vilka färger som är länkar, var det viktigaste innehållet finns och veta var man befinner sig i navigationen med hjälp av färger och nyanser.

2.1 Ögat och färger

I grafisk webbdesign är det centrala att hålla färgerna enkla och inte överdriva med för många olika nyanser och färger. Individen ser färger på olika sätt. Vi skall inte heller glömma den del av befolkningen som är färgblinda (ca 8 % av männen och 1 % av kvinnorna). Därför är det alltid bra att testa att en webbsidas meny även fungerar i gråskala. På ögats näthinna finns så kallade stavar och tappar som registrerar ljus. Stavarnas uppgift är att skilja åt ljusets intensitet medan tapparna är känsliga för kulörer. Tapparna består av tre olika typer, en för röda, en för gröna och en för blåa. Med hjälp av dessa tre typer av tappar kan vi uppfatta olika kulörer. RGB-systemet skapar kulörer genom att blanda ljus av de tre olika ljuskällor. [2]

På webbsidor kan färger utnyttjas på flera olika sätt. De kan leda ögat till rätt ställe, öka förståelsen för hur olika objekt och element hör ihop och på detta sätt kommer besökaren även bättre ihåg webbsidan. Om en layout består av ett ljusare område eller bild på en för övrigt mörk layout, kommer detta område snabbast att få besökarens uppmärksamhet.

2.2 RGB

I datavärlden brukar man kalla additiv färg för RGB eftersom den består av de tre grundfärgerna rött, grönt och blått. Digitala bilder behandlas oftast i RGB-färgläge. I datorn anges skalan mellan 0 och 255 för var färg i RGB. Det finns alltså $256 \times 256 \times 256 = \text{ca } 16,7 \text{ miljoner}$ olika kulörblandningar. Om alla

Ljuskällor är tända, det vill säga ställda in på 255, betyder det att vi upplever det som vitt. Om alla ljuskällorna är släckta, det vill säga på 0, blir det omvänt och svart. Bild 1 visar hur det additiva kulörsystemets primärkulörer och dess blandningar. [2]

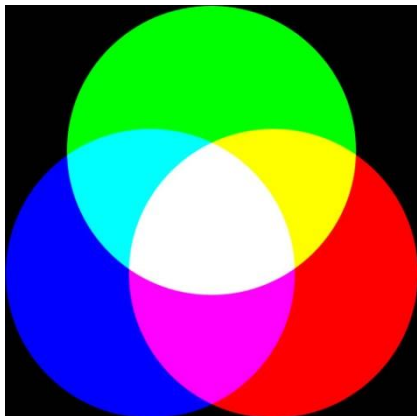


Bild 1 RGB kulörers blandningar

2.3 CMYK

Subtraktiv färg eller CMYK består av Cyan, Magenta, Gult och Svart (Cyan, Magenta, Yellow och Black, K eftersom att B redan är upptaget av beteckningen blått). Denna beteckning kommer från tryckerivärlden eftersom de är de fyra färgerna som vanligtvis används som så kallade tryckfärger. På dataskärmen ser man CMYK även som additiva eller som RGB-färger. Färgbilder som skall tryckas måste konverteras från RGB-systemet till CMYK-systemet. Bild 2 visar CMYK kulörerna. [2]

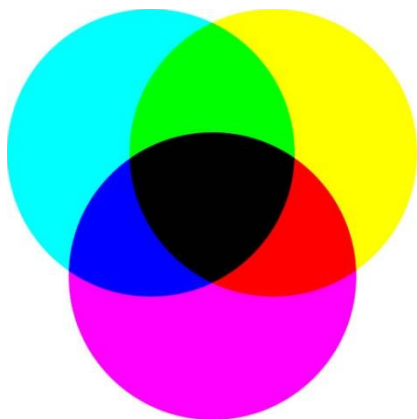


Bild 2 CMYK kulörers blandningar

2.4 Färgerna på bildskärmen

Det finns flera olika typer av hårdvara och mjukvara för datorer. Det betyder att egentligen ingen skärm eller dator är exakt lik en annan och här finner vi mer eller mindre problem med webbdesign och färganvändning. Man bör analysera vilka färger som fungerar på din webbsida och om de faktiskt ser bra ut på bildskärmen i slutprodukten. En del färger fungerar inte bredvid varandra, eftersom gränsen mellan färgerna ser ut som att den skulle ”vibrera”. Till dessa färger hör bland annat rött/grön, blått/violett och rött/blått. Om man ändå vill använda de nämnda färgerna tillsammans bör man addera en svart linje mellan exempelvis den röda och gröna färgen som reducerar vibreringen. [1]

3 DIGITALA BILDER

De flesta webbsidor är både text- och bildbaserade. Webbsidorna innehåller grafik och till den grafiska delen ingår vanligen digitala bilder. Man bör känna till hur man kan behandla bilderna, vilka filformat det lönar sig att använda, när man skall komprimera bilder och själva läran om pixlar och hur dessa ser ut på skärmen. De vanligaste filformaten som används på webbsidor är GIF och JPEG, eftersom alla webbläsare klarar av att läsa dessa.

Ifall man använder bilder fel, det vill säga fel storlek, för många eller stora bilder på en webbsida lider uppladdningstiden och då tappar besökaren lätt intresset. Ju snabbare man får fram en webbsida, desto bättre. I vissa fall är man mer eller mindre tvungen att ha bilder med större filstorlek, till exempel en portfolio gjord av en fotograf på webben. Man kan lösa det genom att använda sig av flera thumbnails på webbsidan och genom att klicka på en av thumbnailsen öppnas bilden i originalstorlek. Thumbnails är komprimerade bilder av den större originalbilden och på detta sätt laddas webbsidan upp snabbare. Man har alltså en hel del att tänka på när det gäller digitala bilder på webben. Det lönar sig att reducera grafikens eller bildernas storlek så länge att inte kvaliteten lider för mycket. I dagens läge har största delen av befolkningen snabba uppkopplingar och rätt så bra datorer, men för minoriteten med långsammare uppkopplingar samt de som surfar med mobiltelefon krävs en webbsida som laddas upp relativt snabbt.

3.1 Pixlar

Man bör känna till grunden om pixlar om man skall sätta ut bilder på webbsidor eller webben överlag. Order pixel kommer från engelskans "PICture Element".

Det finns två huvudtyper av pixelbaserade bilder, GIF och JPEG, vilka använder sig av olika komprimeringstekniker. Dessa behandlas noggrannare i följande rubriker. En pixelbaserad bild består av ett mönster av små fyrkanter, bild 3 visar ett förstorat område av MMA Kokkolas logo med dessa små fyrkanter.

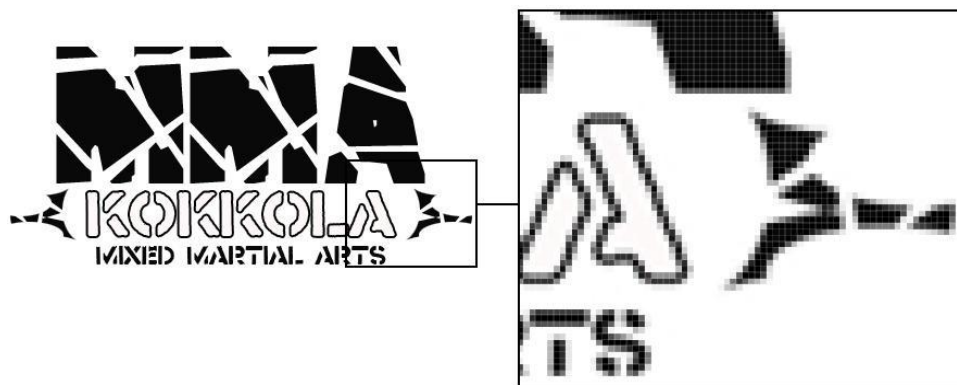


Bild 3 Pixlar

Varje punkt har en viss storlek och färg. Vilken storlek pixlarna är på en bild beror på upplösningen. Upplösningen anges till exempel 300x200, vilket betyder att bilden är 300 pixlar bred och 200 pixlar hög. Ju sämre upplösning desto mer pixlar syns. En bild med mindre pixlar kan ändå ofta fungera, det går att pröva sig fram till ett bra resultat. Man skall se upp med pixelbaserade bilder när man förminskar dem. En del pixlar försvinner när man förminskar en pixelbaserad bild och om man förminskar den för mycket kan bilden tappa sina proportioner. [3] En jämförelse på hur en mindre mängd pixlar kan användas är ett porträtt av en person som är målat med tjocka klumpar av färg. Det ser ”dåligt” ut på nära håll och man kan inte urskilja konturerna, men på rätt avstånd ser man tydligt personens konturer.

3.2 GIF

Graphics Interchange Format, GIF är en populär komprimeringsteknik på webben. Den ger möjlighet att skapa enkla animationer och den har en liten filstorlek. Detta filformat lönar sig inte att använda på allt grafiskt material eftersom den innehåller endast 256 färger. En vanlig digital bild blir oklar och grynig i GIF format och filstorleken blir lika stor som i en JPEG bild, om inte större. GIF är optimalt att använda på bland annat simpla ikoner, små animationer, knappar, punkter och logon med skarpa kanter och begränsat antal färger. [3]

3.3 JPEG

Joint Photographic Experts Group, JPEG, är den komprimeringsteknik som främst används till digitala fotografier och bilder eftersom den stöder 16,7 miljoner färger. I jämförelse med GIF är JPEG en ”förstörande” komprimeringsteknik. Med detta avses att när exempelvis en digital bild komprimeras till JPEG förloras en del av datan. ”Onödiga” pixlar kastas bort och färger reduceras. Beroende på vilken inställning av kvalitet man använder, kommer människas öga att märka eller icke märka skillnaden på den reducerade kvaliteten. Om man skall komprimera ett originalfoto lönar det sig först att göra en ny kopia av originalet (bildfilen) och sedan komprimera det. De pixlar som kastas bort går inte att få tillbaka. [3]

4 INNAN MAN BÖRJAR DESIGNA

Man skulle gärna bara helst ta tag i själva designen och omforma sina tankar till digital form med en gång, men så lätt är det inte ändå. Om man har ett företag eller en förening, som i detta fall MMA Kokkola som uppdragsgivare måste man för det första få reda på vilka krav och önskemål de har. Enligt önskemålen kan man sedan börja bestämma vilka färger som skall användas var, skissa upp en preliminär layout, tänka ut hur webbsidan skall se ut när man i stora drag vet sin målgrupp och till sist göra ett val av vilket program som skall användas för den grafiska designen. För att själv skapa grafik till en webbsida finns det diverse program man kan använda sig av, men det rekommenderas att prova på olika program och använda det som passar bäst för de egna behoven. Om man har erfarenhet av ett specifikt program, lönar det sig att fortsätta utveckla sina kunskaper i det programmet.

4.1 Målgruppen för webbsidan

En webbsida kan byggas upp på många olika sätt beroende på målgruppen. En webbsida riktad till barn kan designas på ett visst sätt, en nyhetstidning på webben designas enklare och på ett annat sätt. Med frågeställningar får man bra reda på sin målgrupp. Vem försöker du nå med webbsidan? Hurudana personer förväntas besöka webbsidan? Är de nybörjare eller vana? Då man vet sin målgrupp kan man lättare skissa upp en webbsida och välja färger och layout. ”Vem” är ordet i frågeställningen som avgör webbsidans innehåll. [3]

Frågeställningarna och svaren för att skapa en webbsida för en kampsportsförening var följande: Vem är intresserade av kampsporter? Män till största del och kvinnor i åldern 15-35 år. Vem kan delta i en grundkurs? Alla som är 15 år och äldre, inga krav av tidigare erfarenhet. Hurudana personer förväntas besöka hemsidan? Både nybörjare och mer erfarna eftersom det ordnas grundkurser och fortsättningskurser. Med frågeställningarna kom man till att besökarna högst antagligen är intresserade av kampsport och grafik, layout och temat planerades enligt det. Eftersom färgerna var tidigare överrenskomet i stora

drag, kunde man slå fast och skissa upp en layout samt planera hur grafiken kommer att se ut.

4.2 Val av program

För grafisk design på webben finns det flera program och diverse mjukvara man kan använda sig av. För en ovan användare finns det lättare alternativ att skapa en egen logo, webbsida eller dylikt med hjälp av och genom att kombinera Microsoft Office programmen (Frontpage) eller Paint. Det populäraste verktyget för pixelbaserad grafik är Adobe Photoshop.

En användare som vill ha hjälp till mer avancerade program kan använda sig av tutorials på nätet för Adobe Photoshop, Paint Shop Pro eller motsvarande program. Tutorials har anvisningar från början till slut och in i detalj hur man skall skapa olika grafiska objekt. Oftast är det nämnt i en tutorial om den är gjord för nybörjare eller mer avancerade användare. Det finns massor av olika tutorials; för webbdesign, webblayout, texteffekter, knappar, fotografeffekter och en hel del andra effekter. En av de populärare webbsidorna med tutorials är www.good-tutorials.com/.

Om man själv vill göra alla menyer, knappar, bakgrunder och bilder skilt för sig rekommenderar jag Adobe Photoshop. Photoshop är ett mångsidigt program, ganska lätt att lära sig och med hjälp av Adobe Masters Collection (innehåller de branschledande verktygen för medieövergripande design) kan man kombinera Adobes andra grafiska program för att nå den önskade slutsatsen.

4.3 Skissa

Som i flera olika branscher är det ofta lönsamt att skissa upp innan man påbörjar sitt projekt. Man ser i helhet hur det kommer att se ut, man kan få nya idéer och man kan få kundens godkännande redan i det skedet. Då man har en skiss att börja arbeta från är det lättare att förverkliga det hela. Layouten och hur de

grundläggande komponenterna är placerade på en webbsida är mycket viktiga både i skissen och i förverkligandet.

5 WEBBSIDANS ANVÄNDBARHET

Webbdesign består inte enbart av den grafiska delen och fint utseende, man måste också sträva efter god användbarhet, fungerande webbsidor. Slår man upp användbarhet, är det något som går att använda eller medför någon nytta. Begreppet användbarhet definieras även av ISO-standard (Internationella standardiseringsorganisationen) som ”den grad i vilken specifika användare kan använda en produkt för att uppnå ett specifikt mål på ett ändamålsenligt, effektivt och för användaren tillfredsställande sätt i ett givet sammanhang.” [9] Ökad produktivitet är resultatet av god användbarhet.

En användbar webbsida gör det möjligt för besökaren att snabbt, effektivt och lätt nå sitt mål utan att lägga extra tid på att fundera hur webbsidan fungerar komma åt rätta rubriker och rätta sidor. För att nå god användbarhet skall man veta vem användaren är eller kan vara. Ta reda på målgruppen i god tid och planera sedan hur man kan fånga upp denna målgrupp. Det kan vara nybörjare, erfarna användare, unga och gamla samt av olika kön. Alla har olika krav på en webbsida och för att öka på funktionaliteten och användbarheten är målet att hålla det enkelt och rikta webbsidan för din målgrupp. Man kan inte göra en webbsida som är tänkt för alla. En webbsida som till exempel är riktad åt 3-5 åringar tillfredsställer knappast en dataexpert.

5.1 Användbar navigation

Det finns flera element på en webbsida, navigationen är ett av de viktigare. När man besöker en webbsida kommer man vanligen först till hemsidan. På hemsidan finner man den viktigaste informationen kortfattad, men utan ett navigationssystem vet användaren inte hur man skall ta sig vidare för att komma åt mer information. Det är inte alltid säkert att användaren kommer rakt in på hemsidan, utan kanske via en länk av en vän kommer man rakt till en undersida.

Enligt webbanvändbarhetsexperten Jakob Nielsen skall ett bra navigationssystem svara på följande tre frågor: Var är jag? Var har jag varit och Vart kan jag gå?

För att börja med det är det avgörande att man förser webbsidan med ett navigeringsfält för att öka användbarheten. Det finns inga bestämmelser om hur man skall placera navigeringsfältet men vanligen är det uppe eller på vänstra sidan på webbsidan. Samma struktur på webbsidans navigeringsfält samt alla undersidor är nyckeln för att användaren skall veta att man befinner sig på samma webbsida, fastän man klickat sig vidare till andra rubriker eller öppnat en undersida. För att veta vart man kan gå och var man har varit skall länkar och knappar stå ut ur texten. Genom att använda olika färger skiljer man åt länkar och knappar från övriga objekt på webbsidan. Dessa element skall stå ut ur texten när man har klickat en gång och då länken byter färg indikerar man på att man redan har varit in på innehållet under länken. [10][4]

Bild 4 är ett bra exempel på ett invecklat navigeringssystem som inte fyller standarderna för användbarhet. Sidan ser för övrigt bra ut, men när det kommer till navigeringen undrar man. Det står "Navigate" med liten font och liten pil till höger. Till höger finner man ägg staplade i en ställning. Hur kan man koppla ihop navigering med ägg? Det första jag gjorde var att jag klickade på "Navigate" - inget hände. Efter detta rörde jag muspilen över äggen och placerade pilen på ett ägg i taget. Med en animation förstörades vart ägg och på vänster sida uppstod en text. Hur kan man veta vilket ägg framför texten Meny, Reservation eller Recept? Det går inte. Funktionaliteten för detta navigationssystem är dåligt. Med enklare lösningar har man vanligen mera nöjda besökare.



Bild 4 Dålig navigering, <http://www.zincbistroaz.com/>

Genom att se på webbsidor med dålig användbarhet inser man hur viktig användbarheten är. Användaren kan tappa intresset om man inte inom några sekunder hittar det man vill. Inte ville jag röra muspilen över ägg som förstoras med en animation och se en text som uppstår vid sidan om. På webbsidor med liknande teknik måste man prova sig fram och testa hur navigationen egentligen fungerar, och det vill inte de flesta användarna.

5.2 Kvalitet av innehåll och texter

En webbsida är inte bara design och utseende. Budskapet och innehållet har en avgörande roll i helheten. Enligt en undersökning som gjorts av webb användbarhetsexpert Jakob Nielsen tog det cirka tjugofem procent längre tid att läsa ett textblock online än att läsa samma text på en tryckt sida. Utav dessa studier kan man dra slutsatser att "less is more" när det gäller texter på hemsidor. Besökare på webbsidor har anpassat sig att skanna och skumläsa. Skanning betyder att en besökare kastar en blick (några sekunder) på webbsidan. Om inte

innehållet är relevant och intressant tappar användaren intresset redan i det skede. Ifall skanningen är tillräckligt intressant följer skumläsning av texten, det vill säga att besökaren inte läser texten ordagrant men ändå uppfattar innehållet. Skumläsningen sker snabbt och avgör om man vill gå djupare in på ämnet.

Innehållet är alltså en relevant del av en webbsida. Texterna skall placeras rätt på webbsidan och bestå av kortfattad viktig information samt bra uppdelning. Det är effektivare att läsa en bra uppdelad text än att all text kommer i ett. För att underlätta läsbarheten och besökarnas skumläsning skall orden och meningarna vara vettiga och grammatiken lättförståelig. [3][12]

5.3 Top tio användbarhetsproblem

Det finns flera typiska brister på webbsidor som gör att användbarheten blir lidande. Som tidigare nämnts avses det med användbarhet att användaren skall snabbt, effektivt och lätt nå sitt mål. Om webbsidan laddas upp för långsamt har man redan ett problem, det skall gå snabbt. Genom att citera flera webbexperter på användbarhet och genom att söka upp de största användbarhetsproblemen med webbsidor avrundade jag denna lista till en top tio användbarhetsproblem:

1. Webbsidans syfte blir oklart.
 - Då man besöker en webbsida skall det klart och tydligt komma fram var man är och varför webbsidan existerar.
2. Laddningstiden blir för lång.
 - Ifall webbsidan har för många bilder och krävande grafik kan det ta länge att ladda upp sidan. 10 sekunder är maxtiden för att användaren skall behålla uppmärksamheten.
3. Navigeringsproblem, navigeringsfältet är svårt placerat eller består av för många länkar.
 - Navigeringsfältet eller menyn kan vara svår att hitta och svår att förstå. Håll beskrivningarna i menyn på 1-3 ord och sträva till att hålla navigationen enkel och lättförståelig.
4. Ful webbsida med dålig design.

- Ofta är webbsidor fula eftersom designern har använt tekniker som han inte har tillräckligt kunskap av. Man skall komma ihåg att även en enkel sida utan massor av grafik och intressant layout kan se bra ut. Besök <http://fulahemsidor.se/> för att se exempel på hur webbsidor inte skall se ut.
5. Svårt att läsa texter.
 - På grund av att färgen på texten är för nära bakgrundsfärgen eller på grund av för liten font kan det vara svårt att läsa texter. Undvik även för små fonter.
 6. Svårt att hitta rätt.
 - Håll navigationen och strukturen enkel på webbsidan för att undvika problem. Var tydlig med vilka länkar som leder till toppsidor och vilka som går direkt till specifika innehållssidor.
 7. Pop-ups för att presentera information.
 - Användare tycker inte om pop-up fönster när de vill läsa en text. Det tar sin tid att förstå vad som hände och "back" eller tillbaka knappen försvinner, vilket kan göra det svårare att komma tillbaka till föregående sida.
 8. Animationer och blinkande text.
 - Ta bort animationer och blinkande text.
 9. Fel ordval.
 - Använd klara och enkla ordval. En mening skall inte innehålla onödiga ord, en paragraf skall inte innehålla onödiga meningar, på samma sätt som en maskin inte skall ha onödiga delar.
 10. En webbsidas objekt och innehåll på varandra.
 - Undvik faran för att en dropdown meny faller på andra objekt eller vice versa, bild 5 visar betydelsen av detta.



Bild 5 En webbsidas objekt på varandra

Flera texter från dropdown menyn blir bakom bilden och användaren måste förstora webbläsarens fönster för att se allt. [6]

5.4 Undvik följande fem saker på din webbsida

Eftersom det finns en hel del element som kan förstöra eller försämra en webbsida skall jag behandla dessa. Följande lista innehåller de fem viktigaste fallgropar man skall undvika:

1. Ljud

- Som designer kan man inte veta vad en besökare lyssnar på eller gör när han eller hon besöker webbsidan. Förstör inte upplevelsen med onödig bakgrundsmusik eller ”coola” ljudeffekter. Om du anser att det skall finnas musik eller ljudeffekter, sätt till volymkontroll eller en mute knapp.

2. Splashidor

- En splashsida är en första startsida som kommer fram före själva hemsidan. Dessa består vanligen av en välkomst text eller en ”klicka här för att besöka webbsidan” text, lite information om vad webbsidan

innehåller och en fin bild eller motsvarande. Vem vill se det? Du besöker en webbsida för att se innehållet, inte en splashsida.

3. Överdrivet med reklam och banners

- Flera webbsidor innehåller massor av banners och reklam. Detta tar bort blicken från det relevanta innehållet på webbsidan. En webbsida skapas för att nå besökare med ett specifikt innehåll, inte för att fyllas med banners och reklam.

4. Stor header bild

- Det är populärt med stora headerbilder, men man bör begränsa det. Gå inte över 250 pixlar i höjd på headern. Det tar bort för mycket utrymme och tvingar det egentliga innehållet till botten av webbsidan.

5. "Dead ends"

- Med dead ends på en webbsida menas att besökaren inte skall komma till sådana situationer där man inte kan trycka på "tillbaka" knappen. Ge alltid besökaren möjlighet att backa ett steg och därför bör man undvika pop-ups. Om man anser sig behöva pop-ups på webbsidan skall dessa vara rätt så små fönster och inte förvirra besökaren. Ange med klar text en knapp "återvänd till webbsidan" eller "stäng fönstret".

6 EN WEBBSIDAS LAYOUT

Att skapa webbdesign motsvarar ett pussel, man skall få bitarna att passa ihop för att se slutprodukten. På en webbsida är det lika viktigt att bitarna passar ihop. En layout är grunden för en webbsida, en av de viktigaste delarna i designprocessen. Layouten består vanligen av fyra eller fem olika element och de skall ställas upp i enlighet med hur en typisk besökare ser på en webbsida. Det är bra att använda sig av en layoutmall för både hemsidan och undersidorna för att webbsidan skall få ett enhetligt utseende. Försök att inte göra layouten för speciell jämfört med andra, de flesta användare är vana vid enkla layoutmallar både för att de fungerar bra och för att de är lätta att förstå. Under denna rubrik behandlas delarna och elementen för en layout skilt för sig. Som exempel använder jag MMA Kokkolas webbdesign och andra hemsidor som jämförelse

6.1 Hur en besökare ser på en webbsida

Genom åren har det gjorts flera studier och undersökningar om hur användare ser på webbsidor. Resultaten av studierna och undersökningarna har lett till en utveckling av layouts för webbsidor. En användare följer vanligtvis ett mönster. Eyetrack III är en undersökning gjord 2004, i vilken det testades hur deltagarna ser på designen till olika nyhetshemsidor. Bild 6 visar resultatet på Eyetrack III studier hur ögonen fixerar sig på en webbsida och hur största delen av besökarna ”skannar” igenom webbsidor.

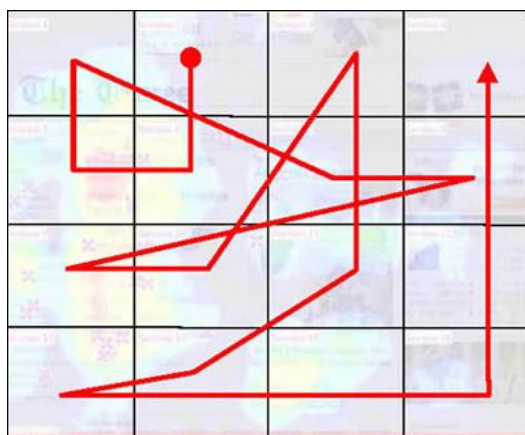


Bild 6 Hur en besökare ser igenom en hemsida

Ögonen fixerar sig först upp till vänster, oftast beroende på en större logo eller en bra header. Efter att ögat utforskat headern och innehållet på övre delen av webbsidan fixeras ögat mitten och nedre delen av webbsidan. Oftast undersöktes webbsidans nedre del, men inte alltid. Fotografierna eller bilderna fick inte mest uppmärksamhet på webbsidorna, texter och bra rubriker dominerade. Bild 7 är en grafisk bild baserad på studien av Eyetrack III, som visar de viktigaste områden att placera information och med hjälp av den kan man utveckla layouten.

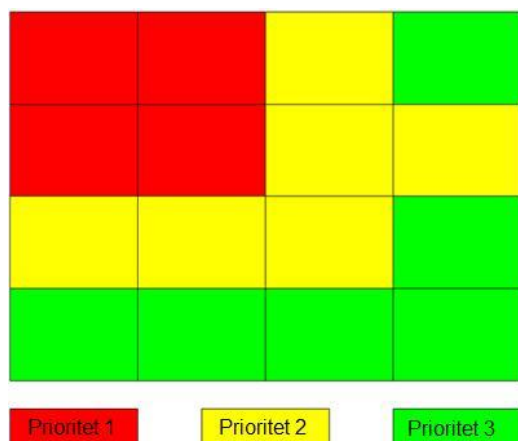


Bild 7 Områden att prioritera på en webbsida

Eftersom deltagarna i studien först observerade övre delen av webbsidan från vänster till höger anses ett navigeringsfält fungera bäst placerat i övre delen av webbsidan. [7]

Enligt en undersökning gjord av Jakob Nielsen år 2006 kom man till motsvarande resultat. Nielsen använde sig av en testgrupp på 232 personer. Man använde tusentals olika webbsidor för att få fram ett mönster som förekommer mest. Man kom fram till att deltagarna såg på största delen av webbsidorna i ett F-format mönster. Resultatet fick man genom att använda en webbkamera som fångade upp användarnas ansiktsuttryck samt infraröd-sändare och kameran i dataskärmen bakom små mörka fönster. Med hjälp av denna utrustning fick man framkallat en "heatmap" som visar hur ögonen har utforskat de hemsidor som ingick i testet, bild 8 visar de "F" formade mönstren på tre olika typer av webbsidor. [8]



Bild 8 "Heatmap" hur en besökare ser på olika typer av webbsidor

I bilden har de rödare områden fått mest uppmärksamhet och gula områden kommer i andrahand. De blåa områden såg man minst på och ögat fixerade sig inte alls på de gråa områden. Resultatet visar att rubrikerna, de första meningarna, en bild invid en viktig rubrik och en sökmotors första resultat fångar uppmärksamheten först. Skapa gärna en layout på basen av dessa resultat.

MMA Kokkolas hemsida blev skapad i samband med detta lärdomsprov och så kunde resultaten av hur en besökare ser på webbsidor integreras i webbsidan. Nyheterna finner man till vänster som det vågräta sträcket i bokstaven F samt navigationen och den viktigaste informationen blir på de vågräta sträcken i F:et. Bild 9 är ett uttag från MMA Kokkolas hemsida hur jag försöker fånga besökarnas uppmärksamhet direkt på de viktigaste områden.

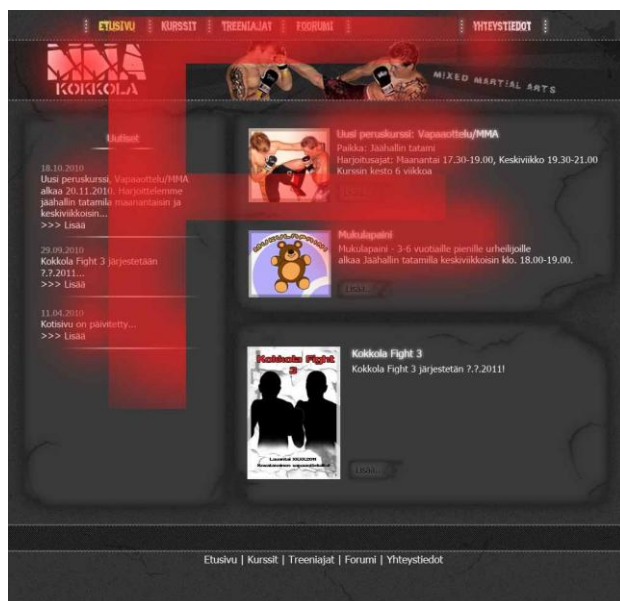


Bild 9 Hur en besökare ser på MMA Kokkolas hemsida

Enligt egen analys av studierna under denna rubrik skall en besökare se på webbsidan på motsvarande sätt som i bilden. Som i god användbarhet skall besökaren lätt, snabbt och effektivt få fram den information han eller hon söker efter.

6.2 Olika element och innehåll i en layout

En layout är som tidigare sagt grunden för en webbsida. Med hjälp av en bra layout presenteras innehållet på webbsidan effektivare. En layout innehåller vanligen 4 eller 5 olika element, bild 10 visar de två vanligaste layouterna som förekommer på webben.

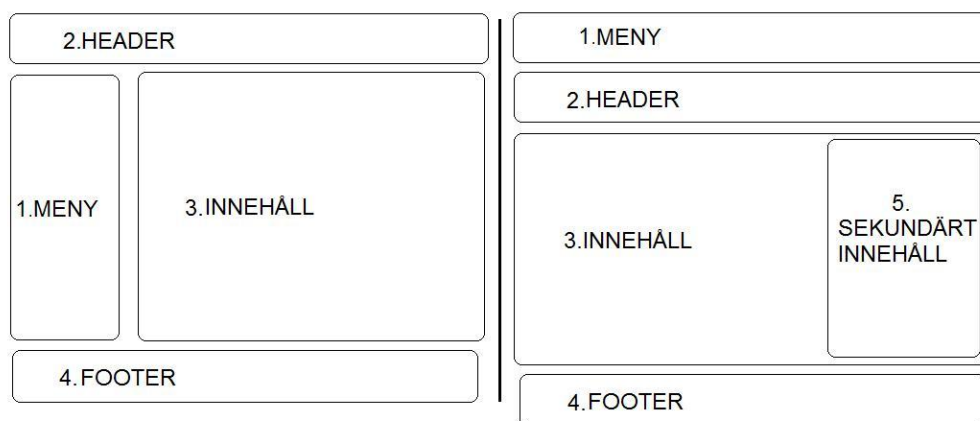


Bild 10 Två typiska layoutmallar

I dessa två layoutmallar har jag numrerat elementen för att behandla deras innebörd och vad de brukar innehålla en i gången.

1. Meny

- Menyn eller navigeringsfältet kan placeras egentligen vart som helst på en webbsida. Navigeringsfältet skall vara synligt.
- För att nå den bästa användbarheten skall den placeras högst upp till vänster eller vid den vänstra kanten. Enligt studier ser en besökare först på ett av dessa områden.
- Innehållet i menyn skall planeras på ett logiskt sätt. Det skall stämma överrens med webbsidans informationshierarki.
- Fördelen med en meny på vänstra sidan är att det rymmer flera navigeringselement och förklaringar på ett eller flere ord.
- Fördelen med en meny högst upp är att hela bredden på skärmen kan användas och den är synlig.

2. Header

- Sidhuvudet eller headern placeras i övre delen av webbsidan.
- Med headern identifieras webbsidan, besökarna vet att de är på din webbsida. Här lönar det sig att visa något som skiljer dig från mängden.
- Innehåller vanligen en logo, slogan, namn, bild eller motsvarande.
- Gå helst inte över en höjd på 250 pixlar på headern eftersom den använder då upp utrymme för innehållet.

3. Innehåll i webbsidan

- Innehållet kan bestå av bilder, text och grafik. Allt dina besökare vill se det.
- Man bör få fram det viktigaste innehållet på webbsidan med klara rubriker och kortfattad text.
- Ta bort onödiga ord och meningar från innehållet.
- Använd dig av spalter och kolumner om det behövs för att göra innehållet mer läsbart.

4. Footer

- Sidfoten eller footern placeras i nedre delen av webbsidan.
- Innehåller vanligen copyrightmeddelande, länkar och menyn i textformat med mindre teckenstorlek.
- Denna del kan vara bredare och innehålla sponsorer eller motsvarande.

5. Sekundärt innehåll

- Här kan man addera reklam, banners eller motsvarande extra innehåll till webbsidan.
- Kan även fungera som ett extra fönster för nyheter eller viktiga meddelanden.

En webbsidas layout måste inte se ut som i bild 10. De fungerar som goda riktlinjer. Om det är nödvändigt att ha utrymme för sponsorer, mer reklam, banners eller motsvarande kan man placera om, förminska eller förstora de olika elementen och göra rum för det man vill poängtera. [5][11]

6.3 Olika typer av layouts

På webben finns tusentals olika layouts. Kreativiteten varierar, användning av grafik finner man från minimala till maximala mängder och man använder sig av olika tekniker. Det förekommer layouts som är rektangulära och raka, med artistiska element, abstrakta och orealistiska, baserade på ett mekaniskt gränssnitt och kan bestå av cirklar och kurviga element. Det är bra att sticka ut från mängden men gärna ändå hålla sig till en typisk layout. Med kreativare bilder och lösningar på webbsidan blir den individuell.

6.4 Navigeringsfältet

Navigeringsfältet är ett av nyckelelementen. En person som besöker en webbsida för första gången skall förstå sig på det utan att fundera på dess innebörd. Inga ”smarta” fraser eller invecklade animationer krävs här eftersom besökaren kan ha svårt att lista ut vad man vill säga. Korta, 1-3 ord, och lättförstådda rubriker fungerar bäst. Navigeringsfältet skall hela tiden visa var man befinner sig på webbsidan.

Navigeringsfältets grafiska utseende och placering varierar mycket. Som tidigare sagt är det vanligaste att ha det uppe på webbsidan vågrätt eller på den vänstra sidan lodrätt. En bra test på navigeringsfältet är att den även fungerar i gråskala, på grund av möjliga färgblinda besökare och sämre monitorer. Bild 11 visar ett navigeringsfält som är bra planerat med Adobe Photoshop.

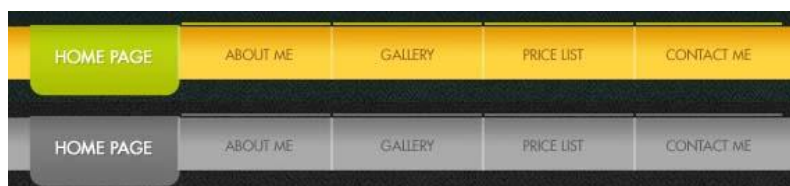


Bild 11 Navigeringsfält som fungerar i gråskala

På bilden ser man hur ett navigeringsfält fungerar även i gråskala. Det är även ett bra exempel på hur ett grafiskt navigeringsfält fungerar. Den sida man är på, i detta fall hemsidan, blir markerad med en annan färg och den titel man klickat på utvidgar sig för att ge en ännu bättre uppfattning för besökaren var man befinner sig. MMA Kokkolas navigeringsfält blev planerat att vara enkelt, fastän webbsidan innehar en del grafik och bilder. Bakgrunden är enhetlig på varje skild sida och boardern hålls likadan. Bild 12 visar den textbaserade menyn med ljusa sträck som skiljer åt sidorna.

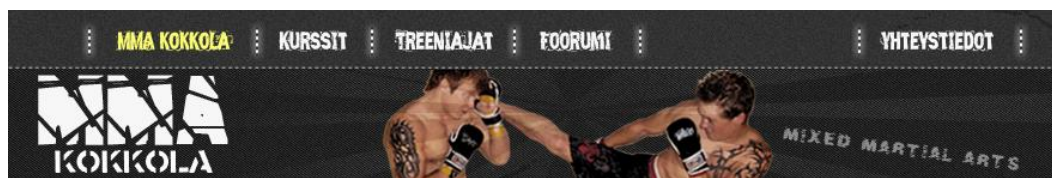


Bild 12 MMA Kokkolas navigeringsfält

Den sida man är på får en annan färg i menyn för att användaren skall veta var man befinner sig hela tiden. Funktionaliteten är den samma som i bild 12. Ett bra sätt att planera utseende på ett navigationsfält är att börja med en textbaserad meny och därefter gå vidare till att planera en grafisk bakgrund för navigationsfältet ifall den textbaserade menyn inte passar in i webbsidans övriga utseende. Om någon sida på din webbplats kräver att man måste bläddra neråt lönar det sig att repetera navigationen i footern. Håll fonten enkel och fontstorleken mindre än övrig text på webbsidan på navigationen i footern.

6.5 Användning av grafik

Man kan använda sig av olika metoder för att få ut budskapet och innehållet effektivare på en webbsida. Grafik kan användas för att visa det egentliga innehållet, inte bara för att dekorera webbsidan. Grafiken kan bli för dominerande och innehållet får en andra plats. Det gäller att hitta en balans mellan grafiken och innehållet. För att skilja åt innehållets olika delar är det behändigt att använda sig av grafik. Olika sträck, rutor och i enklare fall bra placering av innehåll fungerar för att nå besökarnas krav. För att visa ett exempel hur man inte skall använda grafik och färger fann jag en webbsida, <http://www.munsonswamptours.com/>. Bild 13 är ett uttag från övre delen den nämnda hemsidan.



Bild 13 Exempel på dålig grafikanvändning

På bilden finner man de största felen i grafisk design. Bakgrunden är katastrofal; ett otrevligt mönster som upprepar sig genom hela hemsidan. Layouten är överallt, innehållet för långt ner och fontfärgen tar på ögonen. Det kanske är ett försök att få besökarens uppmärksamhet, men närmast får man besökaren att stänga webbläsaren.

På MMA Kokkolas hemsida används grafiska rutor för att skilja åt de olika informationsfälten. De är planerade att smälta in i bakgrunden, men ändå ha tillräckligt med konturer och skillnad på färgen för att skilja åt de tre olikafälten på hemsidan. Bild 14 är ett uttag från tre fält i MMA Kokkolas hemsidas för den viktigaste informationen.

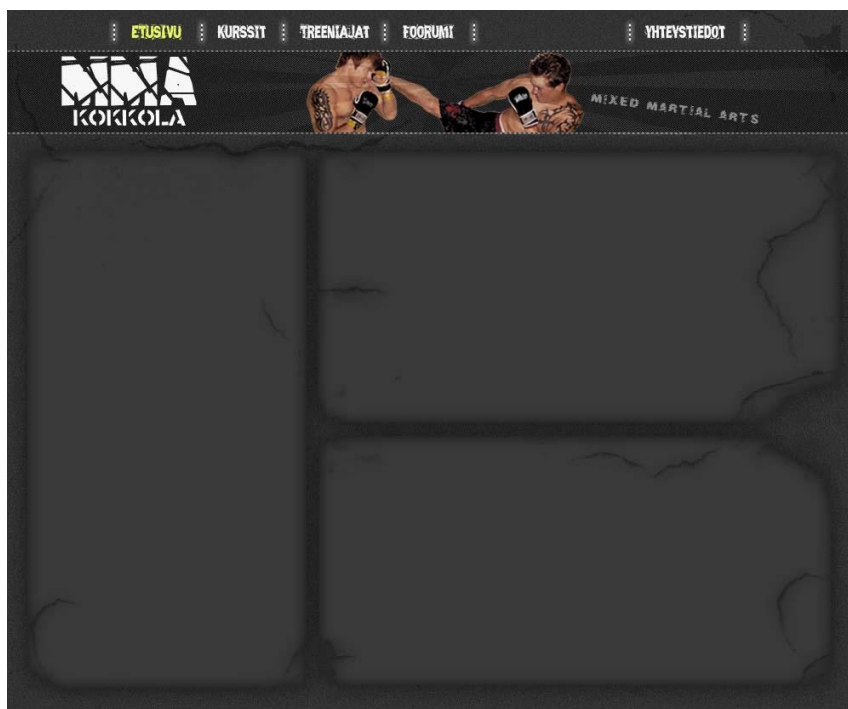


Bild 14 Tre informationsfält i MMA Kokkolas hemsida

7 SKAPANDET AV MMA KOKKOLAS WEBBDESIGN

Det största uppdraget av MMA Kokkola var att skapa en ny webbdesign för deras hemsida. Webbdesignen gjordes i samband med detta lärdomsprov för att man skulle kunna tillämpa kunskapen från källorna till just denna webbdesign. MMA Kokkola gav inga specifika krav för uppdraget än att de bad mig skapa en fin och fungerande webbdesign, integrera logon (bilaga 3) på webbsidan samt använda färgerna svart/mörkt och vitt. Med andra ord ganska fria händer att skapa en fin webbdesign.

7.1 Varför en ny webbdesign?

MMA Kokkolas hemsida skapades i början av år 2008. En snabbt hopsatt hemsida samt logo som fungerar, men den är tråkig. Man märker inte att det är frågan om en förening för kampsport då man besöker hemsidan. Bild 15 är en skärmdump av den hemsida MMA Kokkola använt sig av. Det enda som blev likadant i den nya webbdesignen är den mörkare bakgrundsfärgen och vissa texter i menyn.

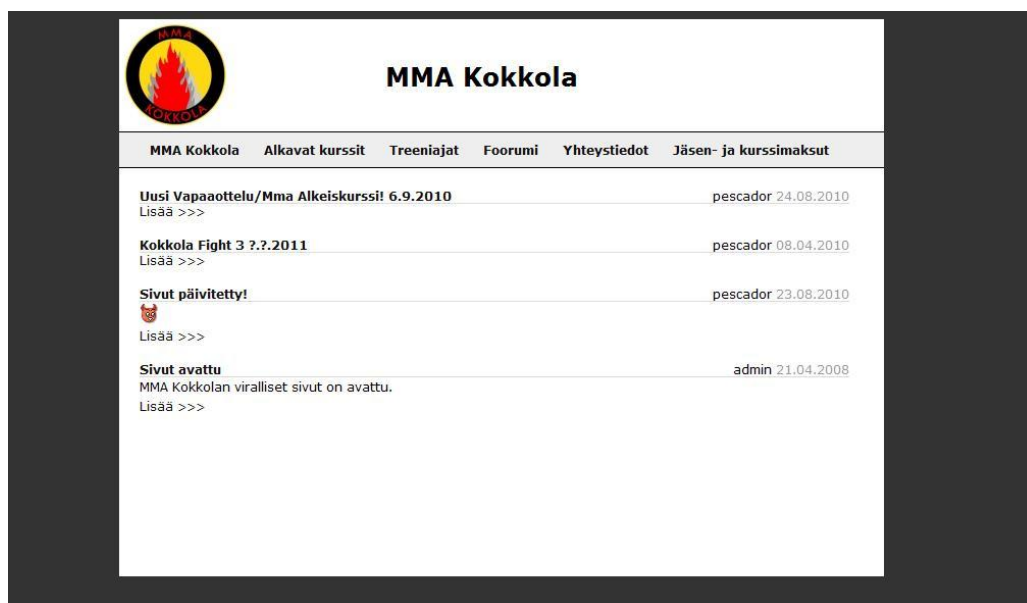


Bild 15 MMA Kokkolas hemsida före nya webbdesignen

Första intrycket av en webbsida är mycket viktigt, det kan avgöra om besökaren vill veta mera om föreningen eller söka vidare på andra intressantare alternativ. En webbsida kan till och med inverka på beslutet att gå med på en grundkurs eller

inte. Det kan ge en positiv bild och en uppfattning om att det är en förening som satsar på sin verksamhet. Man har endast en chans för att ge ett första intryck. Följande bild är en skärmdump av MMA Kokkolas nya webbdesign.

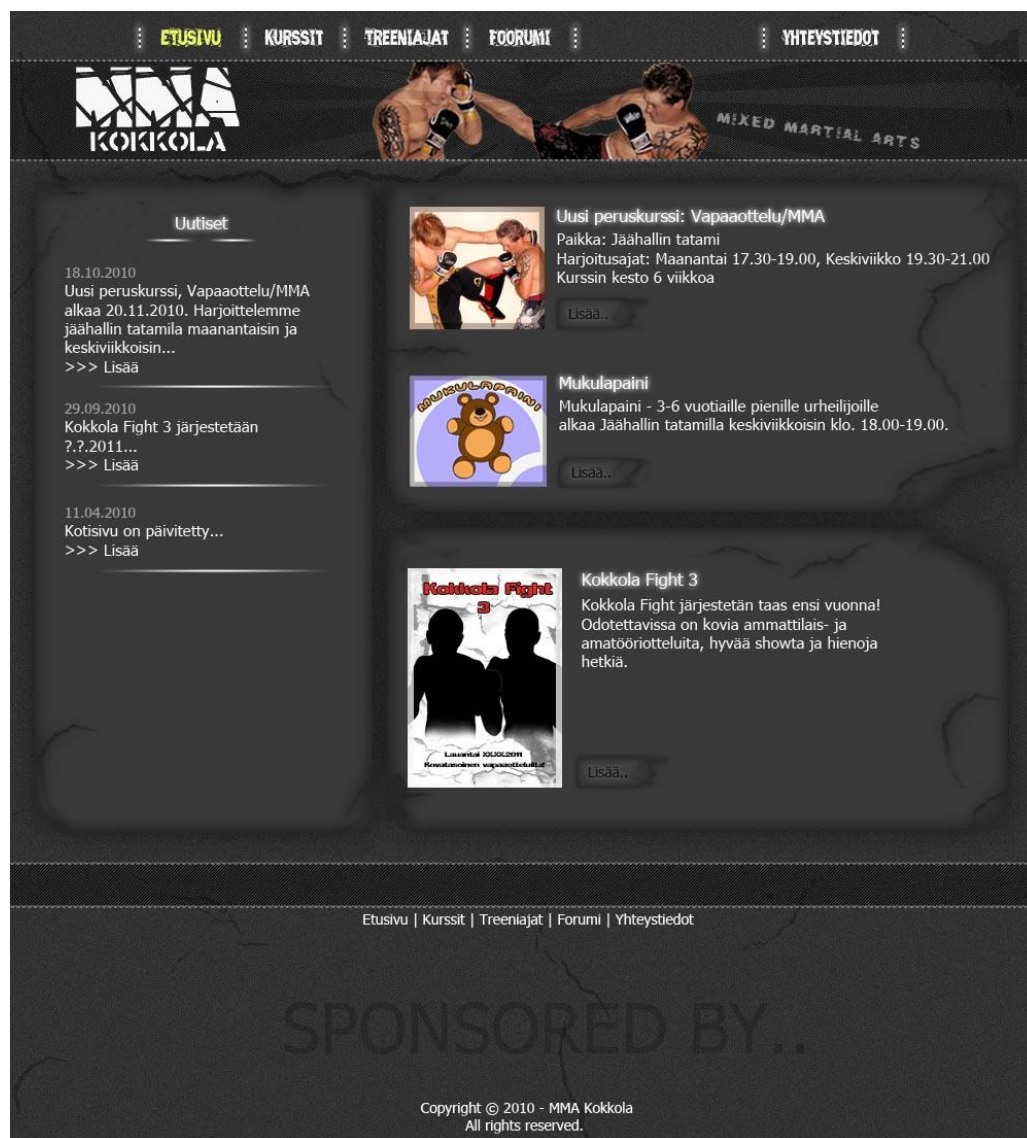


Bild 16 MMA Kokkolas nya webbdesign

7.2 Var skall man börja?

Eftersom det var frågan om ett projekt för en förening är det viktigt att fråga efter önskemål och krav till en början. Efter det kan man spekulera hurudan målgrupp man har och börja fundera ut ett tema och layout för webbsidan. Eftersom MMA Kokkola är en kampsportsförening blev det ett enkelt beslut att utveckla en

grovare hemsida med temat ”fighting”. För att underlätta den grafiska planeringen på datorn skapades en skiss på layouten samt placeringen av de element som skall finnas på webbsidan. Det kan kännas onödigt att skissa upp en webbsida till en början, men det gör det lättare att visualisera och överföra tankarna till grafikprogrammet. Valet av programmet för webbdesignen var klart från första början, Adobe Photoshop. Med mest erfarenhet av Photoshop jämfört med andra grafik program var det ett naturligt beslut. När kartläggningen av målgruppen, diskussionerna med projektbeställaren och skissen av hemsidan var färdig var det dags att starta Photoshop.

7.3 Idéer för webbdesignen

Det första uppdraget av MMA Kokkola var att skapa ett informationsblad till Kokkola Fight II. I detta användes en effekt som gjorde att det såg ut som sprickor i bakgrunden på bladet. Informationsbladet såg bra ut och besökarna tyckte om utseendet av det (se bilaga 2). Det fungerade som den främsta inspirationskällan för bakgrunden till webbsidan. Genom att besöka andra kampsportföreningars och företags webbsidor som säljer kampsportsutrustning fick jag goda idéer hur man kan skiljas från mängden. På begäran skickade MMA Kokkola bilder från träningar med bland annat bilder på olika slag, sparkar i luften och på en motståndare. Bilderna var nyckeln för att skapa boardern. Här fick jag idén att använda thumbnails för de olika kurserna och evenemangen föreningen ordnar.

Alla kan hitta sitt eget sätt att finna inspiration och idéer. Man kan få en idé när man är ute och går, medan man designar på datorn, skissar eller när man minst tänker på själva webbdesignen. Ett sätt att få idéer är genom tutorials och modifiera eller anpassa dem till den egna webbdesignen. Och varför inte utforska andra webbsidor för att få idéer av intressanta layoutmallar men göra den med egna drag. Det finns även en hel del böcker om användbarhet, webbdesign och grafisk design på webben som ger dig en grund för planering av webbsidor. Allt är tillåtet bara man inte stjälar andras verk eller rakt kopierar andras design.

7.4 Skapandet av webbsidans delar i Photoshop

På basen av hemsidans skiss och idéer i böcker om användbarhet och webbdesign var det dags att tillämpa all kunskap och föra över idéerna till den egentliga webbsidan. I Photoshop skall man börja med att bestämma storleken på webbsidan, det vill säga resolutionen. För MMA Kokkolas hemsida blev det 1000x1100 pixlar, den storleken bör fungera automatiskt på de flesta datorer. Från en tom bakgrund är det vanligen lättast att börja med det understa lagret och bygga på det. Webbsidan blev skapad enligt bestämning av storlek, bakgrundsfärg och effekter på den, boardern, navigeringsfält, informationsrutor, texter, thumbnails och finslipning.

Hemsidans boarder var den del av detta uppdrag som tog mest tid. Flera olika versioner testades och olika bilder samt färger. Logon var viktig att få integrerad och en bild som talar om för besökaren att det är frågan om en förening för kampsport. Mixed Martial Arts står det i texten i boardern. Utgående från boardern byggdes informationsrutorna med ett mönster som passar ihop med helheten. Under informationsrutorna skapades ett fält som med motsvarande mönster som i boardern vilket skiljer åt footern. För att öka på användbarheten skapades även ett navigeringsfält med samma font, men mindre fontstorlek, som i de övriga texterna på hemsidan. Fältets uppgift är att ge utrymme åt föreningens nuvarande och blivande sponsorer för sina logon, slogans eller andra uppgifter. Bild 17 är ett uttag från hemsidans footer där fältet som avgränsar området och det andra navigeringsfältet ingår.

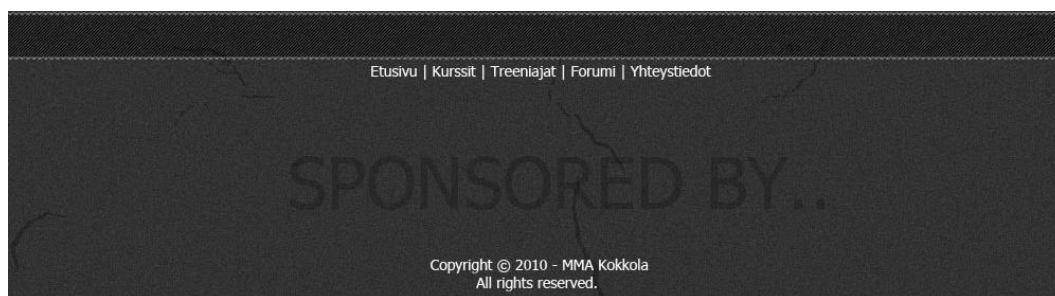


Bild 17 MMA Kokkolas footer

I bilden finner man även Copyright information längst ner i footern. Med copyright informationen meddelas att MMA Kokkola är ägaren av webbsidan och

håller plagiat borta. Man finner informationen i regel i footern och den bör innehålla texten Copyright, ett © tecken, året webbsidan är skapad och webbsidans ägare.

7.5 Presentation av webbsidans innehåll

Genom frågeställningar kan man tänka ut hur man når besökarna bäst. Hur får jag ut budskapet? Hur presenteras innehållet på bästa möjliga sätt? Vad vill användaren veta? Enligt användbarhets experter och riktlinjer för webbdesign ser en besökare mest på webbtexter. En bild eller färg kan styra ögat, men texten får mest uppmärksamhet. Bild 18 förklarar hur man med bild samt informerande text strävar efter att få besökaren att klicka sig vidare för att få reda på mera om kursutbudet.



Bild 18 Presentation av nytt kursutbud med bild och text

Webbsidans budskap är att det är frågan om en MMA förening i Karleby och de ordnar kurser samt evenemang. För att få ut budskapet presenterar bannern vart man har kommit, nyheterna vad som är nytt och bilderna samt bildtexten vad föreningen erbjuder. För att få besökarens intresse och uppmärksamhet har webbtexen förstärkts med en bilder på alla informationsfält förutom nyheterna.

8 SLUTLEDNING

Det här lärdomsprovet har varit ett test på mina egna kunskaper inom webbdesign. Jag har lärt mig mycket om de olika delarna i designprocessen och har haft möjlighet att tillämpa kunskaper som jag inhämtat från litteratur och internet i MMA Kokkolas webbdesign. Det är meningen att andra ivriga webbdesigners skall ha samma nytta av detta arbete, det vill säga kunna skapa en användbar design, undvika fallgropar och veta hur en webbsidas designprocess sker i helhet.

Eftersom jag länge har varit intresserad av bildbehandling och använt mig av Adobe Photoshop flera år, var det intressant att se vad man klarar av. Skapandet av vissa element i webbsidan var mycket tidskrävande och svårt, men med hjälp av tutorials och att testa olika metoder kom jag slutligen till rätt resultat. MMA Kokkolas andra uppdrag var även gjorda i Photoshop. Med detta arbete och uppdragen har mina kunskaper inom Photoshop blivit mångsidigare.

Samarbetet med MMA Kokkola har löpt utmärkt. Största delen av idéerna blev godkända direkt och de ställde inga större krav på hur webbsidan skall se ut. Det var med andra ord en stor utmaning att planera i princip allt själv. Medlemmarna i föreningen var nöjda med slutprodukten. Webbdesignen är jag nöjd med och om jag skulle göra det på nytt skulle den antingen se nästan exakt likadan ut eller helt annorlunda. Då man börjar från en tom sida vet man aldrig vad som skapas och hurdana idéer man får.

KÄLLOR

1. Tryckta arbeten

[1] Gergle, Brinck & Wood 2002. Usability for the web: designing web sites that work. 1 upplagan. San Diego, Academic Press.

[2] Johansson, Lundberg & Ryberg 2008. Grafisk Kokbok. 3 upplagan. Malmö. Bokförlaget Arena.

[3] Millhollon, Mary 2006. Enkel webbdesign. 1 upplagan. Sundbyberg. Pagina Förlags AB.

[4] Veen, Jeffrey 2002. Inside Web Design. 1 upplagan. IT Press Copyright.

2. Elektroniska publikationer

[5] 15 Key Elements All Top Web Sites Should Have, Selene M. Bowlby, 28.10.2008. Tillgänglig i form av www-dokument: <URL: <http://freelancefolder.com/15-top-site-elements/>>.

[6] 30 Usability problems to be aware of, Vitaly Friedman, 9.10.2007. Tillgänglig i form av www-dokument: <URL: <http://www.smashingmagazine.com/2007/10/09/30-usability-issues-to-be-aware-of/>>.

[7] Eyetrack III: What News Websites Look Like Through Readers' Eyes, Steve Outing, 7.9.2004. Tillgänglig i form av www-dokument: <URL: http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=70472>.

[8] F-Shaped Pattern For Reading Web Content, Jakob Nielsen, 17.4.2009. Tillgänglig i form av www-dokument: <URL: http://www.useit.com/alertbox/reading_pattern.html>.

[9] ISO-standarder, Usability Partners. Tillgänglig i form av www-dokument: <URL: <http://www.usabilitypartners.se/om-anvandbarhet/iso-standarder>>.

[10] Navigation Accessibility, Roger Hudson, 2004. Tillgänglig i form av www-dokument: <URL: <http://www.usability.com.au/resources/menus-links.cfm>>.

[11] Layout Elements, C.S Wyatt, 2010. Tillgänglig i form av www-dokument: <URL: <http://www.tameri.com/dtp/elements.html>>.

[12] Web Site Usability Checklist, Larissa Thomason, 2004. Tillgänglig i form av www-dokument: <URL: http://www.netmechanic.com/news/vol7/design_no4.htm>.

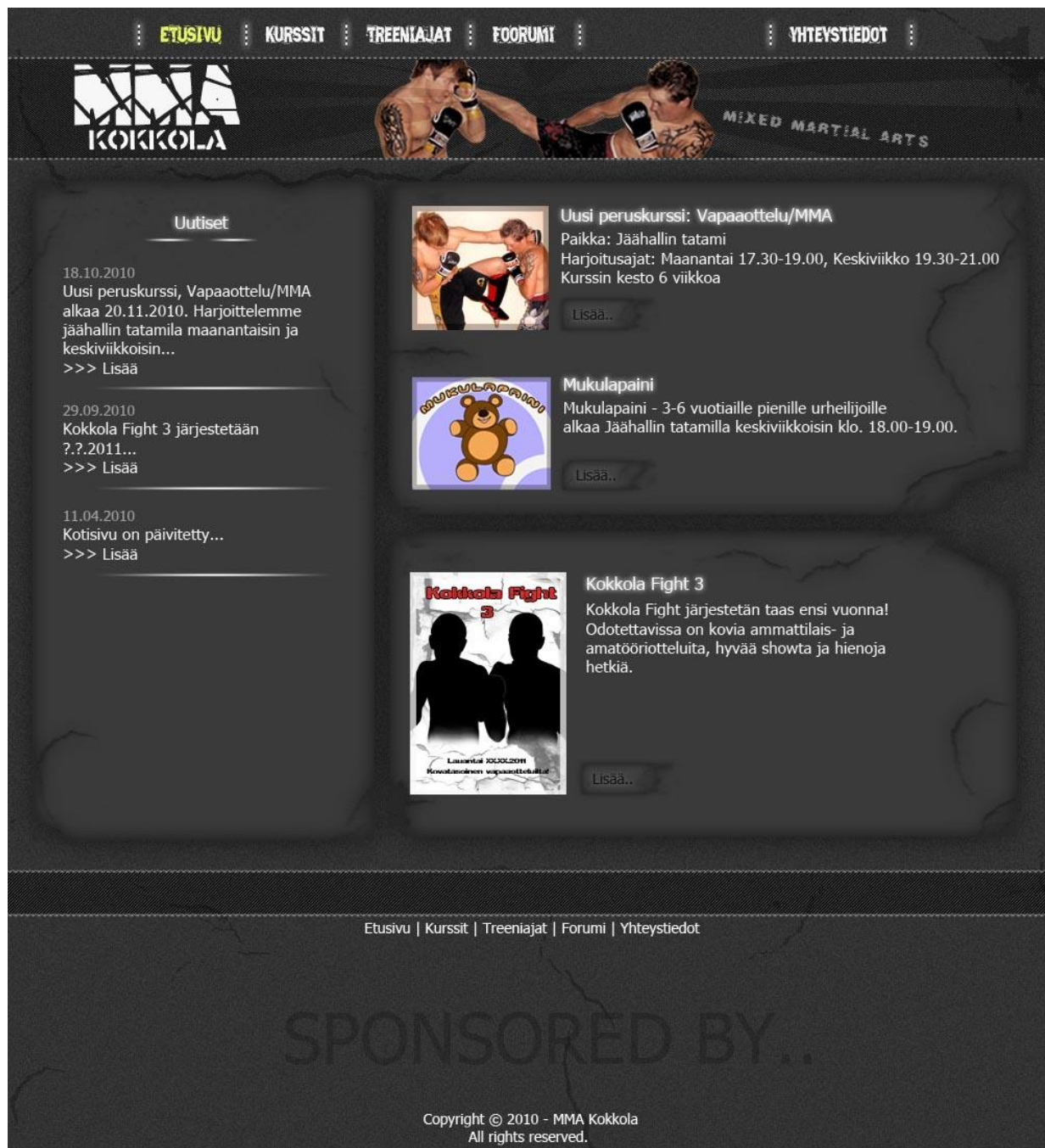
BILAGOR

Bilaga 1 – MMA Kokkolas webbdesign

Bilaga 2 – Kokkola Fight II informationsblad

Bilaga 3 – MMA Kokkolas logo, olika versioner

Bilaga 1 – MMA Kokkolas webbdesign



Bilaga 2 – Kokkola Fight II informationsblad

FULL CONTACT MARTIAL ARTS

CARELIA security

west coast billiard

TRANSPORT - SPEDITION

THYLIN FINLAND

HOT SLICE PIZZA
VÖPIZZERIA
KEBAB
AUKI 14.00-04.30
RANTAKATU 17 KOKKOLA Puh 085217225
www.hot-slicepizza.com

FRUIT OF THE LOOM®
Koko ravintola ovetta keittiöön.
DEFCON
Henkilöstöpalvelut
www.defcon.fi

HAD ASS ATTITUDE!
WWW.BLUECORNERSPORT.COM

Hotelli Seurahuone tarjoaa
Kokkola Fight 2

Lauantai 03.04.2010
Kovatasoinen vapaaotteluita!

Shamrock

Kokkola Fightin virallinen jatkopaida

Kokkola Fight**Lajikuvaus****2**

Vapaaottelu on monipuolinen kamppailu-urheilulaji, johon kuuluu sekä pysty- että matkakamppailua. Maailmalla vapaaottelu tunnetaan mm. nimillä MMA (Mixed Martial Arts), NHB (No Holds Barred), ja Vale Tudo.

Vapaaottelut käydään kahdessa tai häkissä, ja käytetyt ottelusäännöt määräävät sallitut tekniikat. Ottelu voi päättyä ennen täyttä aikaa esimerkiksi luovutusotteeseen (erilaiset lukot ja kiistukset) tai lyönneistä johtuneeseen tyrmäykseen. Jos ottelu kestää täyden ajan, arvostelutuomarit julistavat voittajan.

Vapaaotteluorganisaatioita ja promootioita on useita, ja jokaisella on omat ottelusääntönsä. Japanilainen Shooto on maailman laajimmalle levinnyt vapaaotteluorganisaatio.

Ottelusäännöt

Shootossa on säännöllillä pyritty siihen, että taitavampi ja ottelussa enemmän töitä tekävä ottelija voittaa. Sekä amatööri- että ammattilais säännöllillä pystyottelussa saa lyödä ja potkia koko vartaloon, myös päähän. Hyvistä lukotus- ja kiistusyhteyksistä myönnetään ottelijaa pistein.

Shooton amatöörisäännöllä (C- ja C+ -class) ottelavat eivät saa lyödä eivätkä potkia matassa.

Ammattilais säännöllä (B- ja A-class) matassa on sallittua lyödä päähän ja vartaloon sekä potkia vartaloon.

Kokkolassa vapaaottelu harjoituksia järjestää MMA Kokkola

Lisätietoja - Olli Suikkas, puh. 050 - 345 2260

Amatööriottelut:

Amirkhani Makwan - FFG	vs	Juuso Halme - MMA Imatra	-70
Teemu Packalen - FFG	vs	Pasi Stark - MMA Vantaa	-83
Aki Jaaskola - MMA Kokkola	vs	Henrik Ås - FFG	-70
Pekka Sotkkelä - FFG	vs	Lauri Kestapohja - MMA Vantaa	-100
Farid "Vais" Latipov - UKK	vs	Eetu Lähderinne - NHB Iisalmi	-91

TAUKO 20 min

Juha Valamäe - FFG	vs	Saku Heikkola - Heracles UK	-91
--------------------	----	-----------------------------	-----

Ammattilaisottelut:

2x5min

Elias Kunnas - FC Mikkeli	vs	Ville Ojala - FFG	-65
Antti Heikkur - MMA Kokkola	vs	Sami Pöllänen - MMA Joensuu	-83
Janne Rantanen - TKU	vs	Jyri Paasonen - MMA Joensuu	-76
Joona Typpö - MMA Kokkola	vs	Antti Virtanen - MMA Imatra	-65

Kuljetusliike
Lindgren Oy

KATUKAUPPA.COM

Bilaga 3 – MMA Kokkolas logo, olika versioner

